

**Ministério de Minas e Energia
Assessoria de Comunicação Social – ASCOM**

**Destaque: (em negrito) Matérias que citam o Ministro Bento
Albuquerque ou o MME:**

Sumário

VEÍCULO: O Estado de S. Paulo	1
Título: Com 2,9 mil cargos, Forças Armadas temem desgaste	1
Título: Na China, preço do minério dispara 24%.....	3
VEÍCULO: O Globo	5
Título: Canais que atacam STF e pedem intervenção recebem verbas estatais	5
Título: Fruta, peixe e etanol ficam fora da festa do setor rural	8

VEÍCULO: O Estado de S. Paulo

Data: 31/05/2020

Seção: Política

Autor: Tânia Monteiro Adriana Fernandes /BRASÍLIA

Título: Com 2,9 mil cargos, Forças Armadas temem desgaste

Executivo. Militares já se preocupam com imagem por participação no governo;
Exército
lidera ocupação, com 1.595 membros na gestão, seguido pela Marinha, com
680, e FAB, 622

As Forças Armadas já preveem que terão uma “enorme” conta para pagar ao fim do mandato do presidente Jair Bolsonaro pela presença de militares na cúpula e na base do governo. Em conversas nos quartéis e gabinetes de Brasília, oficiais admitem que a nova incursão na política, após 35 anos do fim da ditadura militar, trará desgaste à imagem da instituição e temem perder a credibilidade duramente reconquistada por causa do envolvimento com o governo e a perspectiva de seu naufrágio. O Exército é quem deve ficar com o maior ônus por ter um maior contingente no quadro da máquina pública bolsonarista.

Levantamento do Ministério da Defesa, feito a pedido do Estadão, mostra que militares da ativa já ocupam quase 2,9 mil cargos no Executivo. São 1.595 integrantes do Exército, 680 da Marinha e 622 da Força Aérea Brasileira (FAB). Destes, 42% estão empregados na estrutura da Presidência, especialmente no Gabinete de Segurança Militar, um órgão que foi reforçado no atual governo. Três oficiais ocupam o primeiro escalão: Walter Braga Netto (Casa Civil), Augusto Heleno (Gabinete de Segurança Institucional) e Luiz Eduardo Ramos (Secretaria de Governo). O incômodo com uma possível cobrança ocorre diante da constatação de que o pessoal da ativa nas Forças Armadas está não apenas em cargos estratégicos, mas em postos comissionados. São vagas de Direção e Assessoramento Superior, os DAS, com vencimentos que vão de R\$ 2.701 a R\$16.944 por mês.

Na prática, seja qual for o governo, sempre haverá desgaste para quem participar dele. No caso da gestão Bolsonaro há um adicional. É um governo que vive em crise constante e são frequentes as cobranças para que os oficiais se manifestem sobre todos os atos polêmicos do presidente, como participar de manifestações antidemocráticas. O que tem exigido do ministro da Defesa, Fernando Azevedo, divulgar notas para reafirmar o compromisso constitucional das Forças com a democracia. Na última semana, o ministro Luiz Eduardo Ramos, que é general da ativa, se viu obrigado a dar explicações a seus colegas de turma da Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN) após o Estadão revelar que ele tem oferecido cargos ao Centrão, bloco fisiológico de partidos, em troca de apoio ao governo no Congresso. “É pelo respeito que tenho ao meu Exército que estou divulgando essa mensagem”, disse, ressaltando não ser “político” e estar cumprindo uma “missão”.

O ministro já havia causado desconforto ao usar farda numa solenidade, ao lado do presidente, em 30 de abril, no Comando Militar do Sul, em Porto Alegre. Até mesmo a fama de bons gestores dos militares é colocada em xeque. Chocou ministros do Supremo o fato de nenhum dos generais presentes já na famosa reunião de Bolsonaro com sua equipe ter pedido moderação aos seus colegas que atacaram outros poderes com palavras de baixo calão. Um ministro ouvido

pelo Estadão observou que os generais, no mínimo, não deveriam ter permitido a gravação do encontro.

A presença dos militares no Ministério da Saúde também causa preocupação. Eles tomaram conta da pasta no momento em que o novo coronavírus avança e dois médicos civis pediram demissão por discordarem da orientação do presidente na condução da crise, o que o atual cumpre à risca. Especializado em logística, Pazuello já nomeou 20 militares e pretende chamar mais 37, no mínimo por três meses. A militarização também avançou para postos que requerem experiência específica. Na quarta-feira, por exemplo, o coronel do Exército Luiz Otávio Franco Duarte foi nomeado secretário de Atenção Especializada, responsável por habilitar leitos de UTI e distribuir recursos para Estados e prefeituras.

Marinha. Mesmo com menos pessoal no governo, a Marinha já espera uma cobrança por sua atuação na gestão Bolsonaro. A presença do almirante Flávio Rocha, recém-promovido a quatro estrelas, no Palácio do Planalto preocupa a instituição. Rochinha, como é chamado no meio, tem recebido diferentes missões do presidente, como contornar a crise na Secretaria da Cultura. O outro **almirante é Bento Albuquerque, que comanda Minas e Energia**. De todas as forças, a Aeronáutica é, até agora, a mais preservada de eventuais desgastes. Apesar de ser tenente-coronel da reserva no comando do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, Marcos Pontes não foi escolhido por ser da FAB.

Na avaliação do cientista político e pesquisador da Fundação Getúlio Vargas (FGV) Carlos Pereira, “é natural” que Bolsonaro “vá buscar apoio no setor onde dispõe de maior confiança”. Pereira alertou, porém, que as Forças Armadas correm risco muito grande ao embarcar, com essa proporção, em um governo. “As Forças Armadas demoraram muito tempo para limpar seu nome e cumprir seu papel constitucional. Agora, correm o risco de se comprometer mais uma vez”, afirmou o cientista político e colunista do Estadão. / COLABORARAM MATEUS VARGAS e FELIPE FRAZÃO

VEÍCULO: O Estado de S. Paulo

Data: 31/05/2020

Seção: Economia

Autor: Matheus Piovesana

Título: Na China, preço do minério dispara 24%

Negociadores temem que crise da covid-19 no Brasil interrompa fornecimento ao país

O aumento no número de casos da covid-19 no Brasil é um fator de preocupação para a economia brasileira, mas também acende sinal de alerta do outro lado do mundo. Na China, principal parceiro comercial do País, os preços do minério de ferro dispararam 24% nos últimos 30 dias com os negociadores temendo que a situação da pandemia por aqui provoque interrupções na cadeia de fornecimento do material – o que atrapalharia ou, no mínimo, tornaria mais cara a retomada da segunda maior economia do mundo, primeira a entrar e a sair da crise causada pelo novo coronavírus. O Brasil não é o principal fornecedor de minério à China: esse posto é da Austrália, que vende aos chineses 63% do minério que eles consomem.

Entretanto, a australiana Rio Tinto compete de perto com a brasileira Vale no mercado mundial. A Rio Tinto espera produzir de 324 milhões a 334 milhões de toneladas de finos de minério em 2020; a brasileira Vale, entre 310 milhões e 330 milhões de toneladas. O mercado para ambas tem se aquecido à medida que a China retoma suas atividades no pós-covid e, em maio, a tonelada do minério no porto chinês de Qingdao ficou consistentemente acima dos US\$ 90. Na sexta-feira, deu um salto de 5% e chegou a US\$ 102. “O grande ponto tem sido o Brasil se tornar um epicentro da doença e as operações da Vale serem paralisadas”, diz, sob condição de anonimato, o analista de um grande banco de investimento.

Ao peso da Vale na cadeia mundial de minério de ferro se soma, no curto prazo, um fator sazonal que já havia reduzido, até março, os embarques para a China. O primeiro trimestre, que em geral tem produção menor no Brasil por conta das chuvas, foi ainda mais prejudicado pela pluviometria em 2020. O fator, que já havia aparecido nos balanços de Vale, CSN e Usiminas, foi confirmado pela divulgação do Produto Interno Bruto pelo IBGE na sexta-feira. A indústria extrativa no País cresceu 4,8% em um ano, mas a alta foi puxada pelo setor de petróleo e gás, que compensou a queda na mineração. A produção da mineradora no primeiro trimestre já havia dado uma pista do resultado. De janeiro a março, a Vale extraiu 18,2% menos minério em suas minas que no mesmo período de 2019, marcado pela tragédia de Brumadinho (MG).

Concorrência. Na semana passada, a China criou barreiras alfandegárias adicionais ao minério de ferro australiano, o que despertou, no país da Oceania, temores de que o produto brasileiro seja liberado muito mais rápido nos portos chineses. Adicionalmente, as críticas da Austrália à maneira como Pequim lidou com a covid-19 têm levado tensão à relação entre os dois países. Mas, em eventual cenário de problemas na mineração brasileira, os chineses dificilmente teriam para onde correr. “A China não deve impor novas restrições à Austrália porque não conseguiria comprar minério de outra região”, diz Daniel Sasson, analista de commodities do Itaú BBA. Ou seja: problemas no Brasil podem abrir mais espaço para o minério australiano no mercado chinês.

VEÍCULO: O Globo**Data: 31/05/2020****Seção: O País****Autor: LEANDRO PRAZERES****Título: Canais que atacam STF e pedem intervenção recebem verbas estatais**

Beneficiários de mais de 28 mil inserções são investigados no Supremo

28 MIL ANÚNCIOS

Petrobras e Eletrobras abasteceram fake news

Canais no YouTube que veiculam notícias falsas, defendem o fechamento do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal (STF) e pedem uma intervenção militar no Brasil são abastecidos por verbas publicitárias de estatais, aponta levantamento feito pelo GLOBO com base em dados obtidos pela Lei de Acesso à Informação. Alguns dos donos dos canais e sites são alvo da investigação em andamento no STF que apura a existência de uma rede de divulgação de fake news e de ataques aos ministros da Corte.

Ao todo, 28.845 anúncios da Petrobras e da Eletrobras foram veiculados nestes canais entre janeiro de 2017 e julho de 2019, antes e durante o governo Bolsonaro. Uma outra base de dados, da Secretaria de Comunicação (Secom) da Presidência, aponta que 390.714 anúncios do governo federal tiveram como destino 11 sites e canais com o mesmo perfil entre junho e agosto do ano passado. A verba foi destinada para a campanha sobre a Reforma da Previdência.

As estatais e a Secom alegam que não direcionaram as verbas para os veículos, embora seja possível impedir que um determinado canal receba publicidade.

Embora o levantamento se restrinja ao período entre 2017 e 2019, a prática continua. Na última semana, o Tribunal de Contas da União mandou suspender campanhas do Banco do Brasil em sites que veiculam notícias falsas. O banco havia decidido por conta própria bloquear a publicidade ao tomar conhecimento do destinatário, mas decidiu manter os anúncios após protesto do vereador Carlos Bolsonaro, filho do presidente Jair Bolsonaro.

O sistema de publicidade digital utilizado por Petrobras e Eletrobras é conhecido como programático. Funciona assim: as empresas definem um público-alvo e contratam agências para executar as campanhas. As agências, por sua vez, repassam a verba das ações para intermediárias, conhecidas no mercado publicitário como “redes de conteúdo”. No caso das estatais, a empresa contratada foi a multinacional Reachlocal, que foi a responsável por

pagar o YouTube, que pertence ao Google. A própria plataforma de vídeos distribui anúncios pelos canais de acordo com seu algoritmo que combina elementos como o perfil desejado pelo cliente — a Petrobras e a Eletrobras — e os canais com mais audiência dentro deste perfil.

Entre os blogueiros que receberam verba publicitária da Petrobras e que são investigados pelo STF estão Allan dos Santos, do canal “Terça Livre”, Enzo Leonardo Suzi Momenti, do canal “Enzuh”, e Bernardo Pires Kuster. Os três foram alvos de mandados de busca e apreensão na última quarta-feira. O “Terça Livre”, de Santos, veiculou 3.490 anúncios pagos pela Petrobras. Já o canal de Kuster no YouTube veiculou 3.602 anúncios pagos pela estatal, enquanto o canal de Momenti veiculou 1.192. A Eletrobras também teve propagandas divulgadas nesses três canais. Foram 536 no de Kuster, 398 no “Terça Livre” e 273 no de Momenti.

Canal que mais veiculou anúncios da Petrobras, com 10.027, “O Giro de Notícias” é ancorado pelo youtuber Alberto Silva. Com 1,15 milhão de inscritos, o canal é conhecido por criticar o STF e por defender a intervenção militar. Em sua descrição, o veículo afirma que é “independente” e que “não recebe dinheiro de empresas públicas”.

INTERVENÇÃO MILITAR

O youtuber faturou em dose dupla com a Eletrobras. Seu canal “O Giro de Notícias” veiculou 2.355 anúncios da estatal. Já seu canal pessoal, “Alberto Silva”, recebeu 1.950. Ambos publicam vídeos com ataques ao STF e defendendo a intervenção militar.

— O STF brinca com a nossa população. Acha que nós somos trouxas, que nós somos idiotas, um bando de paspalhos. Fazem o que quiser, fazem banquetes, festas, arruaça com o nosso dinheiro, mas está chegando a um ponto que o Brasil não aguenta mais. Está chegando a um ponto em que teremos que falar, sim, numa possível intervenção, num possível estado de sítio defendendo o nosso povo, defendendo a nossa lei — disse o youtuber em um vídeo.

Outros canais que defendem abertamente uma intervenção militar também veicularam anúncios das duas estatais. O “Intervenção Militar Ceará” recebeu por 693 anúncios da Petrobras e 24 da Eletrobras. O “Intervencionistas do Brasil News” recebeu por 101 anúncios da Petrobras e 56 da Eletrobras.

A lista de vídeos do veículo é repleta de postagens defendendo intervenção militar e com ataques ao STF e ao Congresso. Em um deles, o título é: “Queremos a cabeça do STF”. Já o “Novo Brasil”, com o mesmo perfil, tem 361 mil inscritos e, no ano passado, postou vídeos com ataques ao STF e

defendendo intervenção. Ao todo, 4.112 anúncios da Eletrobras foram veiculados lá.

— Apoia a intervenção militar dentro do STF e do Congresso também? São ali (sic) que está travando o nosso país de ir pra frente — diz o jovem apresentador.

Anúncios da Petrobras também foram parar no canal do YouTube do site “Jornal da Cidade On Line”, que publicou notícias falsas durante as eleições de 2018 e, na última semana, foi alvo da medida do TCU para o bloqueio de comerciais do Banco do Brasil. O caso veio à tona por meio do perfil Sleeping Giants Brasil, especializado em rastrear esse tipo de publicidade. De acordo com os relatórios obtidos pelo GLOBO, a Petrobras pagou por 36 anúncios no “Jornal da Cidade On Line”

RESPONSABILIDADES

Procuradas, as estatais alegaram que não fizeram indicação direta de quais sites ou canais deveriam receber a verba destinada pela empresa para mídia digital. De acordo com a Petrobras, são os algoritmos das redes de conteúdo contratadas por ela que fazem a distribuição da verba e a companhia disse que utiliza ferramentas “para identificar conteúdos impróprios para a marca” e que, “se durante a campanha houver a constatação de veiculação em canais inadequados, é solicitada a exclusão deles”

Já a Eletrobras responsabilizou o Google e o YouTube pela veiculação de anúncios pagos pela empresa em canais com esse perfil. A empresa afirma ainda que, após tomar conhecimento dos fatos, deixou de contratar a Reachlocal e de veicular anúncios nas plataformas do YouTube e do Google.

A Reachlocal, por meio de nota, também responsabilizou o YouTube pela distribuição da verba das estatais para os canais mencionados nesta reportagem.

“O critério de seleção para a exibição de anúncios em determinados canais é definido por meio de algoritmo do próprio YouTube, com base no comportamento, temas de interesse e navegação dos usuários. Pagamos diretamente ao YouTube pela veiculação das campanhas de marketing online contratadas por nossos clientes”, disse a Reachlocal.

Procurado, o Google, que é dono do YouTube, disse que anunciantes têm mecanismos para impedir a veiculação de em canais que avaliem negativamente. “Nossas plataformas oferecem controles robustos que permitem o bloqueio de categorias de assuntos e sites específicos”, diz a empresa.

VEÍCULO: O Globo**Data: 31/05/2020****Seção: Economia****Autor: Eliane Oliveira e Henrique Gomes Batista****Título: Fruta, peixe e etanol ficam fora da festa do setor rural**

Produtores mais voltados ao mercado interno sofrem perdas com a crise da pandemia, enquanto exportadores faturam mais

O crescimento do agronegócio em meio à crise global provocada pela pandemia do novo coronavírus esconde diferenças entre segmentos e culturas.

Exportadores faturam mais, enquanto os produtores de itens frescos, mais ligados ao consumo interno, têm vendas prejudicadas pelas medidas de isolamento dos que podem ficar em casa. É o caso de frutas, flores, peixes e biocombustíveis.

—Quando a gente analisa o setor agropecuário no detalhe, não podemos dizer que estamos vivendo um mar de rosas —adverte Lígia Dutra, superintendente de Relações Internacionais da Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA).

IMPACTO NO FRETE AÉREO

Ela conta que parte do setor fruticultor venderá menos para o exterior porque costumava despachar os produtos em aviões. Com menos voos e aumento do custo do frete aéreo, a exportação de frutas teve uma queda de US\$ 40 milhões nos quatro primeiros meses do ano. Por outro lado, a venda de cítricos, como limão, avançou.

— O setor tenta redirecionar ao mercado interno a produção para exportação. Há novas oportunidades, como nos cítricos e no envio de frutas por navio. No longo prazo estou otimista. O mundo pós-pandemia vai buscar alimentação mais saudável, favorecendo as frutas —diz Guilherme Coelho, presidente da Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas).

O maior impacto é mesmo na mudança do perfil do consumo interno de frutas e hortaliças. Com restaurantes fechados, as famílias estão preferindo fazer compras maiores para reduzir a ida ao supermercado. Com isso, trocam os produtos mais perecíveis pelos mais resistentes. Frutos do mar e flores também ficam em segundo plano, mas itens como camarões têm mais chance de serem exportados, diz a CNA.

APOSTA NO LONGO PRAZO

Nas usinas de álcool, a preocupação é com a queda na demanda por combustíveis, que afetou o etanol produzido a partir da produção canavieira. Evandro Gussi, presidente da União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica), até consegue enxergar o futuro com algum otimismo, pela tendência de maior demanda por combustíveis capazes de substituir os derivados de petróleo e seus poluentes, mas o presente não é bom.

Com os carros das famílias nas garagens, o consumo de combustíveis caiu cerca de 35%. Enquanto isso, o preço do etanol está em queda com excesso de produção e sofre forte concorrência da gasolina, cujo preço também recuou, refletindo a baixa global da cotação do petróleo.

— No longo prazo temos boas perspectivas, mas até lá teremos uma travessia difícil — diz Gussi.

MME / ASCOM .